

metroROZMOWA



Piotr Voelkel

Biznes to piękna sztuka

Rozmowa z Piotrem Voelkelem, prezesem zarządu VOX Industrie SA oraz założycielem Fundacji „VOX-ARTIS Promocja Polskiej Sztuki Współczesnej”

Stanisław Furmaniak: Od wielu lat zajmuje się pan biznesem oraz propagowaniem kultury. Proszę powiedzieć, jakie były tego początki?

Piotr Voelkel: Pochodzę z rodziny inteligenckiej. W domu towarzyszyło nam zainteresowanie sztuką i kulturą. Jeździłmy do teatru, dużo czytałem. Na studiach pracowałem przy organizacji festiwału, byłem szefem klubu studenckiego. Miałem kontakt z artystami. Zaraz po studiach zostałem szefem technicznym Polskiego Teatru Tańca. Nigdy nie straciłem kontaktu ze środowiskiem ludzi sztuki. Organizuję z nimi wiele wspólnych przedsięwzięć i łączy nas często przyjaźń.

Czy ma pan wpływ na to, jaki jest design państwa mebli, czy też zostawia pan to wyłącznie projektantom?

Blisko współpracuję z projektantami na dwóch etapach. Wyznaczam ogólny kierunek projektu oraz po weryfikacji i wyborze najlepszych propozycji współpracuję z technologami przy ich wdrożeniu do produkcji. Współpraca z projektantami w przypadku naszej firmy daleko wykracza poza bieżący konkretny produkt dla marki Meble Vox. Jesteśmy zaangażowani w prowadzenie działań promujących polskie wzornictwo, zmierzających do otwarcia Centrum Designu w Poznaniu. Firma organizuje lub jest mecenasem ważnych wydarzeń w tym zakresie m.in. Dni Designu w Poznaniu, międzynarodowe warsztaty designu dla młodych projektantów „Meblóścianka 2008” prowadzone przez Tomka Rygalika. Do najnowszych projektów należy „Nowy Folk Design”, którego pierwszy etap trwał w dniach 3-6 czerwca 2009 r. w Starej Drukarni w Poznaniu. Odbywały się tam warsztaty rzemiosł tradycyjnych tj. zabawkarstwo, plecionkarstwo, rzeźba w drewnie, hacciarstwo, wycinkarstwo. Rzemieślnicy i artyści ludowi uczyli projektantów swoich zawodów, żeby Ci mogli wykorzystywać tradycyjne rzemiosło i materiały w nowoczesnych projektach. Podczas warsztatów ogłoszony został także konkurs na gadżet inspirowany folkiem. 28 września podczas Świątowych Dni Innowacji zobaczymy wystawę projektów. Vox wspiera technologicznie ten projekt, pokrywa koszty prototypowania produktów, które powstaną w ramach konkursu. Pokazaliśmy też najnowszą naszą kolekcję mebli „New Folk” zaprojektowaną przez Annę Stępkowską jako dowód na to, jak świadomie można wykorzystać bogactwo polskiego wzornictwa tradycyjnego w nowoczesnych projektach.

Konkurencja na rynku meblowym jest bardzo duża. Większość firm w podobny sposób dociera do potencjalnych klientów. W jaki sposób przekonacie państwo, że to właśnie meble z waszej firmy powinny znaleźć się w ich mieszkaniach?

Pracuję z młodym i dobrze wykształconym zespołem, dla podobnej grupy potencjalnych klientów budujemy naszą ofertę. Wspólnie szukamy takich rozwiązań, aby meble dawały naszym odbiorcom poczucie, że kupione przez nich meble są wyjątkowe pod względem wzornictwa, funkcji i jakości, a jednocześnie w rozsądnej cenie. Dziś klient już wie, że cena odzwierciedla jakość produktu i najtańsze wyroby są produkowane kosztem trwałości lub wręcz wymiaru proponowanych mebli. „Co tanie to drogie” - mówiła moja mądra babcia komentując wszelkie super okazje i najtańsze produkty na rynku.



Jesteście państwo jedną z bardziej znanych polskich firm meblowych w naszym kraju. Ale na to, aby meble były rozpoznawalne i kupowane, pracują przede wszystkim ludzie. Czy jest to duży zespół i w jaki sposób ich pan motywuje?

Marketing i promocję wyrobów realizują przez firmy zewnętrzne. Część z nich pracuje tylko dla moich firm. Ilość osób jest zmienna i dostosowana do potrzeb. Najważniejszy jest lider, a tu mam wyjątkowo dobrego partnera. Ważne jest też zrozumienie wagi tych działań w całej firmie. Młody zespół, z którym zarządzam Voxem doskonale rozumie wagę tych procesów.

Ale VOX to nie tylko meble...

Poza Meble Vox są jeszcze dwie ważne firmy w Grupie Kapitałowej VOX. Profile VOX – jeden z największych w Europie producentów profili z PCV dla budownictwa. Lider naszego rynku listew, boazerii, parapetów, seidingu i wielu innych wyrobów z tworzyw sztucznych. Produkcję sprzedajemy w całej Europie i wielu krajach Azji. Drugą firmą są Składy Budowlane VOX – ogólnopolska sieć składów oferujących bogaty asortyment materiałów budowlanych. Reprezentujemy na rynku wielu liczących się producentów i jesteśmy dostawcą dla znanych firm z branży. Pomagamy też klientom budującym domy i prowadzącym remonty mieszkań. Sieć liczy kilkadziesiąt składów budowlanych w Polsce.

Fundacje działają głównie non profit. Czym pan się kierował zakładając Fundację „VOX-ARTIS...”? Może to kolejna lokacja środków finansowych?

Fundacja przede wszystkim zajmuje się wspieraniem trudnych projektów artystów. Przykładem tego działania jest choćby realizacja 112 rzeźb Magdaleny Abakanowicz na poznańskiej Cytadeli. To był skomplikowany projekt, który samej artystce byłoby bardzo trudno sfinansować i zrealizować. Nasze umiejętności i doświadczenie w dziedzinie produkcji i inwestycji były niezbędne przy tym zadaniu. Dzięki takiej współpracy z artystami mamy też miłe poczucie współuczestnictwa w projekcie. To nie są lokaty kapitału.

Czy Fundacja mimo, iż w nazwie ma promocję współczesnej sztuki, zakupuje również unikatowe dzieła?

Tak. Kolekcja jest częścią naszych działań. Głównym celem Fundacji Vox-Artis jest prezentacja ważnych w sztuce współczesnej prac w miejscach publicznych, między innymi w Muzeum Narodowym w Poznaniu. W ramach kolekcji udało nam się zgromadzić prace m.in. Magdaleny Abakanowicz, Tadeusza Kantora, Alfreda Lenicy, Andrzeja Wróblewskiego, Wacława Taranczewskiego, Leona Tarasewicza, Mariusza Kruka, Edwarda Łazikowskiego, Wojciecha Łazarczyka, Jana Berdyszaka, Jerzego Nowosielskiego, Jana Lebensteina.

Jeździ pan po świecie nie tylko w sprawach biznesowych, zapewne przy okazji odwiedza także muzea. Jak na tle innych państw wypada Polska i Polacy? Czy chcą obcować ze sztuką?

Na tym tle niestety odstajemy istotnie. Nie posiadamy zbiorów sztuki o światowym, czy europejskim znaczeniu np. impresjonistów lub innych wielkich nazwisk przyciągających turystów ze świata. Złe, a właściwie fatalnie jest z muzeami sztuki współczesnej. Polacy chętnie zwiedzają muzea za granicą. Organizowaliśmy niedługo wspólnie z Marlboro Gallery z Nowego Jorku wystawę w Warszawie i Poznaniu (od Picassa do Warhola). Przy dobrej promocji odzew był ogromny. Zainteresowanie sztuką trzeba pobudzać i rozwijać.

Większość Polaków szukać nie chce, głównie z niechęcią. Jaka jest pana definicja tego...

Wzrost i ciarow sukces koczy sie glownie z przemuzim. Jaka jest pana definicja tego slowa?

Sukces to udana rodzina, ambitne i mądre dzieci, ludzie z jakimi się pracuje i materialna niezależność dająca poczucie wolności. Wolność wyboru tego, co i z kim robię. Wolność unikania szmeranych interesów i pracy z byle kim.

Czy pana zdaniem, jako osoby, która wg tygodnika WPROST jest jedną z najbogatszych osób w Polsce, łatwo się żyje ludziom zamożnym w naszym kraju?

Po pierwsze uważam, że te listy to w większości dezinformacja i powierzchowny śmieszny ranking. Nie udało mi się nigdy doliczyć majątku, jaki jest mi przypisywany. Nie mam też zamiaru robić takich obliczeń. Wycena majątku – wartości firm jest bardzo zmienna i zależy od wielu elementów, a mój majątek to przede wszystkim firmy. Być bogatym w Polsce jest jak na całym świecie – łatwiej niż być biednym, ale też nasze społeczeństwo nie ceni zamożnych za ich pracę, talent, podejmowane wyzwania i związane z tym ryzyko. Masy widzą nas raczej jako uczestników afer, co wiąże się często z poszukiwaniem sensacji przez media i czytelników.

Podobno jesteście narodem, który jest zazdrosny, jeżeli komuś się powiedzie i odniesie sukces. Czy odczuwa pan to na co dzień? A może jest zupełnie inaczej...

Wiele czasu spędzam w pracy i tu spotyka mnie raczej sympatia. Sam inwestuję w relacje z bliskimi współpracownikami i jestem pewien, że te dobre relacje w większości wypadków są szczerze. Jeśli chodzi o ogół społeczeństwa, to tu sytuacja jest inna. Wiem, że ciągle nie czas np. na kariery polityczne dla ludzi biznesu. Powszechne jest przekonanie o uwikłaniu biznesu w afery, co sprawia, że osoby, które odniosły sukces finansowy nie mają szansy na podobne sukcesy w wyborach.

Czy przeznaczają pan prywatne środki finansowe na cele społeczne, czy raczej wspiera tylko wybrane przedsięwzięcia?

Systematycznie wspieramy wybrane projekty i działania. Do najważniejszych wydarzeń kulturalnych, w których firma była mecenasem należą: Mediations Biennale – międzynarodowe biennale sztuki współczesnej, instalacje rzeźb „Agora” Magdaleny Abakanowicz w Chicago oraz instalacje „Steli” Heinza Macka i kilku rzeźb sztuki współczesnej w przestrzeni miejskiej Poznania, zakup projektu architektonicznego „Punctum” Jarosława Kozakiewicza na odbudowę zamku Przemysła w Poznaniu. W ubiegłym roku firma Meble Vox otrzymała tytuł „Kulturalnej firmy” przyznawanej przez Przekrój „za szczególnie wyraźny i przemyślany sposób wspierania w rozwoju i upowszechnianiu kultury”. Od lat finansujemy np. Fundusz Lednickie Talenty powstały we współpracy z Duszpasterstwem Akademickim oo. Dominikanów w Poznaniu. To system wspierania młodych utalentowanych uczniów, którym nasza pomoc organizacyjna, wsparcie finansowe otwiera nowe, nieosiągalne wcześniej perspektywy edukacyjne i życiowe. Angażujemy się także w pomoc charytatywną skierowaną głównie do dzieci z domów dziecka.

Rozmawiał
Stanisław Furmaniak